

モノの記号性の近代史

The Modern history of semiotic on commodity

白石哲郎

要 旨

20世紀後半の四半世紀の間に多国籍産業資本は、絶え間ない利潤の増大のために生産技術を革新するとともに、そのような計算可能性に特化した生産力を背景にして商品化を押し進めてきた。帰結として、ポストモダニズムと称される芸術様式まで含む複製、つまり記号として機能するシミュラークルが無際限に氾濫する大衆消費社会が出現したのである。

本稿は、現代の消費社会を素描するパラダイム構築へ向けた形而上学的取り組みの一端であるが、モノの特性と同時に、その本質がどのように変遷してきたのかについて、ジャン・ボードリヤール、ワルター・ベンヤミン、フレドリック・ジェイムソンの理論を援用しながら、近代以降の資本制生産様式の漸進的変動の見地から考察した。

キーワード：商品化、記号、シミュラークル、消費社会

1. モノの特性と本質の変遷

ー市場資本主義時代ー

後期近代以降、とくに先進諸国において過去類を見ない「モノの再生産原理」に依拠して「商品化」が行われてきた。本稿における商品化とは生産関係における労働力の売買ではなく、生産市場の拡大のために、産業資本が「モノ」を再帰的に「生み直し」、販売可能な商品資本のコレクションを蓄積していく戦略である。

グローバル経済の進展に伴って、とりわけ、商品化に関する意思決定や市場の拡張に欠かすことのできない高度に専門化された経営戦略が行われる「グローバル都市 (global city)」ーニューヨーク、ロサンゼルス、パリ、ロンドン、東京といった先進国主要都市に加え、香港、バンコク、台北、サンパウロ、メキシコシティなども含まれる (Sassen 2001) ーにおいて、かつてない規模でモノが溢れ、そして時に生産力

が追いつかなくなるほどの速度で消費されている。ボードリヤールは、この過程において消費者の内面で引き起こされる (モノの客観的生産性との) 葛藤を「心理的窮乏化」と呼ぶ (Baudrillard 1970)。

本稿では、ジェイムソン (Jameson 1991) による「市場資本主義 (market capitalism)」(1700～1850)、「独占資本主義 (monopoly capitalism)」(1850～1945)、「後期資本主義 (late capitalism)」ないし「多国籍資本主義 (multinational capitalism)」(1960～) の概念図式に依拠することで、資本制生産様式の同時性の見地から、モノの特性および本質の歴史的展開について概観する。

現代的な特性と本質を内包するモノは、市場資本主義が勃興した18世紀に出現した。簡潔に述べれば市場資本主義は、レッセフェールの原理を背景に中小多数の産業資本が自由競争を展開し、蒸気駆動の生産技術に依存した工場制機械工業、つまり「重量資本主義 (heavy capi-

talism)」(Bauman 2000)が確立された時期の生産様式である。その担い手は、「資本主義の精神」をエートスとすることで、合理的な産業経営を実現した近代的資本家層であった。この時代における最も一般的なモノとは、前近代よりも明らかに多く流通するようになった「交換価値」をもつ「キッチュ (kitsch)」(粗雑な模造品としての服飾や工芸品)であるが、ここに新たに加わった形象がある。それは所有の寡占から解放された過去の高尚文化の模造品であり、また、工業化とともに衰退しつつある人間の身体性および、故郷の再現、すなわち模倣を至上命令とする芸術—「バロック」と「現実主義 (Realism)」—である。

市民革命を経て新たな支配層となった資本家階級は、絶対君主がかつてしたように、モノ、とくにキッチュを自己の「威信」表示の媒体と見做すようになったのである。こうした願望の背景には、資本家層の間で醸成された神(あるいは神から権力を譲渡された君主)に代わる新造物主としての矜持があった。つまり、資本家階級にとってモノは、威信という社会的な意味を他者に顕示する「記号」であった。「かつては地位の秩序の特徴であった、記号の同一階級内だけでの流通に、競争的民主主義がとってかわる。それと同時に……かつてその明白さゆえに数が限られていた〔記号の〕用具を拡張することによって、増殖された記号は拘束された記号の模造品となる。」(Baudrillard 1976=1992: 120)

こうして、「シミュラクル (simulacres)」という近代以降のモノの一貫した特性が明確となる。それは生産様式の次元に応じて三つの領域を構成するが、市場資本主義の時代においては、「模造」および「模倣」の段階なのである。さらに複製可能であるということに付随して、モノの特性には、シミュラクルが生産される際の準拠枠となる「価値法則」が加わることになる。ボードリヤール (Baudrillard 1976) は、

産業社会の発展段階に対応した三つのシミュラクルに並行して、三つの価値法則の領域を提示するが、とりわけ芸術における第一のシミュラクルの場合、「自然的価値法則」が支配的となる。

市場資本主義下のモノは、とくに芸術に関しては、資本家層の自己の地位と権威への野心に加えて、一種のノスタルジアに依拠していた。彼らはバロックにせよ現実主義にせよ、身体や故郷の「ある種の「自然」のシミュラクルのなかにその価値を見いだすことになるが、この場合、「自然らしさ」ということが問題になる。」(Baudrillard 1976=1992: 121) ただし、第一のシミュラクルの「本質」に関しては、その二重性に留意しなければならない。労働者階級にとってのキッチュ(模造品)は、基本的には生活手段であり、生存への即時的寄与という「使用価値」として機能していた。

2. モノの特性と本質の変遷

—独占資本主義時代—

19世紀後半における重量資本主義の拡大は、いくつもの大資本を抱える独占資本を台頭させ、やがて列強国同士が海外市場を争奪しあう「総力戦」を二度にわたって引き起こした。「資本主義の第二の契機、つまり独占と工業化の時代」(Jameson 1998=2006: 136)を切り開いたのは金融資本の存在と同時に、電気と化石燃料に依存した画期的な生産手段であったことは言うまでもない。新しい機械技術は労働者の搾取と疎外を深刻なものとしたが、芸術を含めたモノの体系に対しては、範疇の拡大とともに、その特性および本質の二側面に決定的な変化をおよぼした。

生産様式の独占的段階において、モノの目録に加えられたのは「ガジェット (gadget)」または「マシヤン (machin)」と外在化された技術による「複製芸術」である。いずれの出現

も、ベルトコンベヤーに代表される機械技術が、重工業以外の分野を新たに産業化していく基盤として転用された帰結であるが、ガジェット（マシヤン）とは「何とかという物」、「名もない物」、つまり実用性に乏しい発明品—無駄な付随機能をもつ機械製品や自動車の尾翼とクロームメッキパーツなどを指す—のことである（Baudrillard 1968）。そして同時期に、芸術のシミュラークルを規定する新しい複製技術（蓄音機、レコード、輪転印刷機、写真、映画）がガジェットに付加される。

ダダイズムやアヴァンギャルドの表現手段であったはずの「モダニズム（modernism）」—ジェイムソン（Jameson 1991）は、モダニズムを独占資本主義に対応する芸術様式と捉えている—は、複製技術によって「実在」（オリジナルの実物）と遜色のないシミュラークル（複製芸術）として大量生産されるようになっていく。芸術は「アウラ」という一回性の信仰を喪失するとともに、大衆の私的な欲求に奉仕するキッチュ化の道を突き進むようになった—頑なにダダイズムを志向する芸術家は自己の作品を本来の意味でのキッチュに置換し、それらを複製していく方法で、大衆化された芸術から距離を置こうとした—のである。

古典的な絵画だけではなくモダニズムも、作品への称賛と同時に、洗練されたライフスタイルを営む教養ある自己という「シニフィエ」を他者に表示すべく、大衆間で私的に展示される記号であったと言える。映画の場合は、「展示的価値」に加え、社会的抑圧からの心理的開放やアノミー的に増大する暴力的衝動を代替充足させるといったカタルシスと、近代社会の構造に対する知覚を大衆に共有させる啓蒙の機能をもつ（Benjamins 1936）。つまり映画作品も結局は、個人あるいは複数の主体が抱く夢や幻想、そして世界像といった「表象」を観客全体に表示する記号として機能していたのである。

この一連の美的領域における過程は、新たな

産業資本（文化産業）の台頭や、自由と平等の精神を共有するに至った大衆、すなわち、労賃と等価のガジェットを、二次的欲求の充足のために享受する「消費者」の出現と一体化していたが、このことは「記号の大衆性」という、独占資本主義が生み出すモノの本質に新たな機能が付加されたことを示唆している。大衆にとって、記号消費の歴史は芸術の領域から始まった—芸術以外のキッチュとガジェットの場合、記号としてよりも生活への有用性、つまり依然、使用価値として機能していた—と言えるのである。また生産力の革新は、芸術以外のキッチュにも質的变化をもたらした。シミュラークルは、模倣と模造から「再生産」、すなわち「複製」の段階へと移行するとともに、「商品的価値法則」に準拠するようになる（Baudrillard 1976）。「モノ同士の関係は……等価性、つまり差異の消滅、を意味している……大量生産されるモノは、互いに相手を規定しようのない無限のシミュラークルとなる。」（Baudrillard 1976=1992: 130）そして、大量生産を前提とする商品としての第二のシミュラークルは、その形象と所有する集団との関係によって使用価値として機能するか、あるいは記号として機能するかに差異があったが、機械化された産業技術に一樣に準拠していた。

3. モノの特性と本質の変遷

—後期資本主義時代—

独占資本主義の後、1960年代を境に後期資本主義が支配的な生産様式になると、高度な生産諸力に支えられた「多国籍産業資本」による商品化と、人びとの消費衝動を絶えず喚起するための「シミュレーション過程における戦略上の要衝のひとつ」（Baudrillard 1970=1995: 182）としての広告、そして誰もが努力すれば理想とする社会的地位に到達できるという「共通価値」の一般化によって、モノがあまねく記号として

機能する社会が誕生した。完全雇用を指向する福祉国家政策のもとで、あらゆる階層に上記の規範が現実性をもって受容されていたからこそ、記号消費の基盤となる「普遍化された競争という現実の基盤」(Baudrillard 1970=1995:74)が醸成されたのである。

絶対的な貧困からの解放の上で、誰もが然るべき地位の獲得を志向して競争する状況は、とりわけ労働力人口と先端産業が過度に集中する大都市—後期資本主義の社会における都市は工業都市から、多国籍産業資本による本社業務および、それを補完する専門特化した産業が集中する、世界経済に戦略上不可欠なグローバル都市へと再生した—において顕著となる。ボードリヤール(Baudrillard 1970)は「地位獲得競争」こそが、記号消費衝動の源泉であることを指摘する。大多数の人びと(とくに中層以下の階級)は、地位を志向する競争において達成しえなかった抑圧された欲求を、モノを地位および威信の象徴として所有することで充足させようとする。「消費衝動は、ある種の階級にとっては上の階層にのしあがれなかったという事実を埋め合わせている。消費衝動は垂直的社会階梯における満たされない欲求を埋め合わせることができかもしれない。」(Baudrillard 1970=1995:72) どんなに廉価なキッチンもガジェットも、競争過程における膨大な数の敗者にとっては「たとえ実用的価値がゼロだったとしても、そのためにかえって差異表示記号となるのである。」(Baudrillard 1970=1995:156) 消費によって上位の地位に成り上がろうとする中下層階級に対して上層階級は、より希少性に富んだ記号に乗り換えることで、彼らとの差異化を図る。

したがって、グローバルな資本制生産様式を背景とする大衆消費社会におけるモノの本質とは、「普遍的記号消費」と言えよう。実用性を強調して再生産されてきたモノ全般は、もはや使用価値としてではなく、地位や威信といった

社会的な意味を他者に表示する差異化記号としてあらゆる主体に所有されるのである。消費衝動が、「ある特定のモノへの欲求ではなくて、差異への欲求(社会的な意味への欲望)」(Baudrillard 1970=1995:95)として既成事実化したとき、モノの特性たる複製可能性は、「再生産」から「シミュレーション」の次元に移行する(Baudrillard 1976)。今日の多国籍産業資本による商品化戦略は、消費者の差異への希求を予測した上で、ある実在を模倣した—実在に見せかけた—モデルを創出し、それを循環的に置換していく原理を基盤とするのであり、「シミュレーション・モデル」—これらは常に先行して、過去のあらゆる高尚文化と大衆文化との折衷という「ポストモダニズム(post-modernism)」の形式的特徴を成している—を基盤にして、「ポストフォーディズム」のもとで第三のシミュラクルは無限増殖するのである。キッチン(ブランド物の服飾、家電製品、乗用車)は、もはや再生産にあたって実在に依拠しない。それらは、データベース化された過去の記号を自在に復刻、あるいは組み合わせて出来たモデルの複製でしかない。「キッチンはシミュレーションの美学を生みだす。実物より大きいあるいは小さい複製を作ったり、素材を(漆喰やプラスチックで)模造したり、ある形をわざと無器用にまねてみたり、ちぐはぐに組み合わせたりして、キッチンは実際に体験したわけでもない流行を反復する。」(Baudrillard 1970=1995:155) また、商品化の基盤たるシミュレーションは、ガジェット(現代の場合、携帯電話や、芸術の新たな複製技術として機能するオーディオ機器などが該当)にも適用されている。

では、独占資本主義の時代では既に差異表示記号であった芸術についてはどうかというと、単にその様式の体系が、モダニズムからポストモダニズムに代わっただけであり、記号(キッチン)としての本質は健在である。ジェイムソ

ン (Jameson 1991) は、後期資本主義がおよぼす上部構造レベルでの決定的変化をポストモダニズムの出現と捉え、大衆からの熱狂的なフェティシズムに支えられながら全ての作品が商品(記号)として氾濫する消費社会の構造を指摘する。

例えば「ポップアート」は、消費社会の本質的構造を表現する意図から内在的な原理としてシミュレーションを用いる。ただ、それが新たな複製芸術として大衆化し得た要因は、ポストモダニズムの市場拡大を図る政府や産業界によるジェントリフィケーションのみに還元されない。ポップアートの普及は、作品を、洗練されたライフスタイルを示す差異表示記号と見做す大衆(とくにアンディ・ウォーホルのように、時代の寵児として脚光を浴びる芸術家のライフスタイルに憧れる新中間層)の知覚に由るところが大きかったのである。

80年代に入って、西欧圏以外の多くの産業資本が後期資本主義の競争秩序へ参入を開始すると、従来のケインズ主義に代わって新自由主義政策が各国家政府の規定路線となる。

帰結として「高収入の仕事と低収入の仕事が、アンバランスに集中している」(Sassen [1994] 2001) という産業構造に起因する階層の二極化が世界各都市で進行し、格差が常態化される。かつての共通価値への信頼が揺らぎ、収入や社会的地位の面での差異が固定化される社会の趨勢は、60年代の資本主義の黄金期をむしろ超える速度で、消費による差異化の代替充足への渴望を増大させたと考えられる。既にボードリヤールが予期していたことだが、地位をめぐる競争を通じて社会的不平等が拡大した結果、消費を自己の疎外感から解放してくれる唯一の手段と見做す知覚が共有され、「まず物を買ひ、労働によって買い直す……買った物を支払うために働き続け」(Baudrillard 1968=1980: 199) という新しい倫理が創発された。つまり80年代以降、大都市では、地位獲得競争から排除され

た者の多くが労働そのものにはもはや何ら期待を寄せることなく、消費によって即時的に他者との差異を先取りする性向を内面化するに至ったのである。

いずれにせよ、誰もが地位や威信、ライフスタイルにおける差異を希求する社会では、シミュラクルが準拠する価値法則(特性)が、構造的なベクトルに向かう(Baudrillard 1976)。「構造的価値法則」とは、一種の「集合表象」の如き「コード」である。記号消費は、純粹に主体的な実践として人びとに自覚されているが、その本質は、差異化という構造的な論理による強制である。「消費は……個人のレベルをはるかに超えた無意識的な社会的強制として個人に押しつけられるという事実……として定義される。」(Baudrillard 1970: 邦訳96)。つまり、記号の消費主体を拘束する「差異の表示的対立」、記号の生産主体を拘束する「差異の変調」(Baudrillard 1976) といった社会を「抽象的に」覆うコードこそが、現代における第三のシミュラクルを規定する根本的な原理なのである。

以上のように本稿では、近代化を通じてモノが複製可能になるとともに記号として機能するに至る過程について考察したが、今後は記号の無際限の氾濫がおよぼす社会的な病理現象の背景を、グローバルな経済的政治的近代性の視座から因果的に解明していく作業が必要となるであろう。

4. 結び

上述した今後の新たなテーマに取り組むにあたって、本稿を通じていくつかの検証すべき課題が明白になった。まず、記号消費に支えられた後期資本主義は、その内在的な条件(下部構造)のみで自律展開し得るのかについてである。つまり、高度な生産力および競争至上主義的な生産関係を常態化させる制度的背景の考察が必

要である。

また、80年代に入って加速した階層の二極化によって、モノを記号として消費するための資本を慢性的に欠いた、文化的目標（地位および威信の獲得）の欺瞞に直面する貧困層が増大している。したがって、消費という行為そのものの持続可能性を新たな差異のメルクマールと捉えるバウマン（Bauman 2000）の議論を考慮に入れながら、消費衝動の動態に関しても精緻な分析が求められよう。

参考文献

- Baudrillard, J, 1968, *Le système des objets*, Editions Gallimard. (=1980, 宇波彰 訳『物の体系』法政大学出版局.)
- , 1970, *LA SOCIETE DE CONSOMMATION Ses Mythes, Ses Structures*, Editions Denoel. (=1995, 今村仁司・塚原忠 訳『消費社会の神話と構造』紀伊国屋書店.)
- , 1976, *L'e change symbolique et la mort*, Editions Gallimard. (=1992, 今村仁司・塚原忠 訳『象徴交換と死』ちくま学芸文庫.)
- , 1981, *SIMULACRES ET SIMULATION*, Editions Galilee. (=1984, 竹原あき子 訳『シミュラクルとシミュレーション』法政大学出版局.)
- Bauman, Z, 2000, *Liquid Modernity*, Polity Press. (=2001, 森田典正 訳『リキッド・モダニティー 液状化する社会—』大月書店.)
- Benjamin, W, 1936, "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction", *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, Suhrkamp Verlag. (=1999, 佐々木基一編集解説；高木久雄 他訳『複製技術時代の芸術』晶文社.)
- Featherstone, M, 1991, *Consumer Culture & Postmodernism*, Sage. (=2003, 小川葉子・川崎賢一 編著訳『消費文化とポストモダニズム 下巻』恒星社厚生閣.)
- 伊豫谷登士翁, 2002, 『グローバリゼーションと移民』有信堂.
- Jameson, F, 1991, *Postmodernism, or, The cultural logic of late capitalism*, Duke university Press.
- , 1998, *The CULTURAL TURN*, Verso.
- (=2006, 合庭惇・河野真太郎・秦邦生 訳『カルチュラルターン』作品社.)
- Sassen, S, 1996, *Losing Control?: Sovereignty in an Age of Globalization*, Columbia University Press. (=1999, 伊豫谷登士翁 訳『グローバリゼーションの時代 国家主権のゆくえ』平凡社.)
- , [1991] 2001, *The Global City: New York, London, Tokyo* 2nded, Princeton University Press.
- , [1994] 2001, "The New Inequalities with in cities", cities in a world economy 2nded, Princeton University Press. (=2003, 棕尾麻子 訳「都市に内在する新たな不平等」『現代思想 第31巻 第6号 特集サスキア・サッセン グローバリゼーションの最新局面』青土社, 86-103.)
- , 2001, "Spatialities and Temporalities of the Global: Elements for a Theorization", *Globalization*, Duke University Press. (=2003, 鈴木淑美 訳『グローバルとナショナルの間 経済学的グローバリゼーションの時空間性』青土社, 58-68.)
- 多木浩二, [2000] 2004, 『複製技術時代の芸術作品』精読』岩波書店.
- 山之内靖・酒井直樹 編, 2003, 『グローバリゼーションスタディーズ1 総力戦体制からグローバリゼーションへ』平凡社.
- (しらいし てつろう 社会学部博士後期課程)